Ф. ГИЗЕ

Dr. Fritz Giese

ПСИХОАНАЛИЗ И ПСИХОТЕХНИКА

I. ПСИХОАНАЛИЗ И ХОЗЯЙСТВО.
II. ПСИХОАНАЛИЗ И ПРОФ-ОРИЕНТАЦИЯ.

Перевод с немецкого А. А. Горяинова
Редакция И. В. Эвергетова



1926

Типография
Государственной
Карточн. Ф-ки,
пр. с. Александровского, 10.

Ленинградский Гублит № 16543. Тираж 3.000 экз.

ОТ РЕДАКТОРА.

Современная психология представляет резко выраженную картину обособленности отдельных направлений: теоретическая психология представляет все, кроме единства.

Отдельные направления не обнаруживают никаких попыток примирения, тщательно оберегают свои боевые позиции в отношении друг друга и, повидимому, имеют мало основания для примирения в будущем.

По существу своих задач, психотехника не имеет достаточных оснований безраздельно примкнуть к тому или иному направлению, ибо нет такого направления, которое целиком могло бы быть перенесено на действительную жизнь, как мало оснований все виды деятельности свести к какой-либо одной.

По существу разделения в психологии касаются основных теоретических положений; точка зрения практической психологии сводится исключительно к тому, чтобы найти лучшее и полезное там, где для этого дает основание теоретическое построение.

Если положения психотехники отличаются от положений теоретической психологии, как различаются абстракция и действительность, то, с другой стороны, методика исследования той или другой области легко может найти приложение в практической психологии, и история показывает, что все существующие направления отдали свою дань действительной жизни.

Таким образом, если мы станем на точку зрения прикладной психологии, то сразу же намечается возможность отложить в сторону существующие разногласия, рассматривать развитие психотехники вне борьбы существующих направлений, считать вполне основательным предположение о том, что ни одно из существующих течений не имеет оснований для исключительного предпочтения.

Психотехника имеет перед собой совершенно определенные задания,—итти и развиваться бок-о-бок с жизненно-практическими потребностями.

В частности, при изложении психотехнических проблем необходимо подчеркнуть одно положение, именно: прикладная психология не есть что-то исключительно новое и до сих пор неслыханное, как думают некоторые ее представители.

Изучение человека в целях практических можно усматривать, говорит Giese, в испытательных упражнениях уже у индийских иогов, в средневековом ритуале —рыцарском, цеховом, религиозном и т. д. Если остановиться на приложении психологии, напр. к архитектуре, то, к стыду нашему, новое время дает слишком мало в этом отношении; то же самое относится ко многим другим областям, напр. к политической, общественной деятельности.

Часто высказывается мнение, что прежние времена были лишены более строгой научной методики. Исторически и это не совсем правильно. Кто читал „Magazin der Erfahrungsseelenkunde“ von Moritz (1783 г.), первый журнал по прикладной психологии, представляющий собрание сведений по патологической, детской, сравнительной психологии, тот не может не согласиться с

только что сказанным (Giese). Кто штудировал физиогномические исследования Лафатера, френологию Галля в их основных принципиальных частях, или изучение характера Carus'а, тот более справедливо оценит результат современных конституциональных исследований. Возникший в конце 18 стол. спор между астрономом Maskelyne и его ассистентом Kinnebrock'ом привел Bessel'я к установке принципа личного уравнения для так называемой зрительно-слуховой методы. Такого же порядка опыты Arago с секундомером (хронометром) при прохождении звезд, система графологии Michon или работы Hockquart'а.

Рассматриваемый в некоторых случаях, как откровение, тейлоризм уже давно был конструирован представителями науки, которые не знали ни психотехники ни рационализации труда. Даже гениальная идея световой кривой раскрыта далеко не Gilbreth'ом, но уже в известных работах Marey получила свое полное раскрытие.

Если взглянуть на развитие психотехники за последние двадцать-тридцать лет, то станет совершенно ясно, что в совершенно определенных интервалах психотехнические установки приобретают актуальный характер и служат предметом разработки, благодаря требованиям повседневной практики; иначе говоря, чисто теоретические построения едва ли пока могут расчитывать на применение в жизни. Таков, напр. опыт Moede-Piorkowski с отбором особо одаренных детей, оказавшийся мало жизненным, лишенным всякой актуальности. Напротив, исследование интеллекта со времени Binet образовало солидную практическую ветвь психологии, в которой, при пользовании такого рода научными знаниями, вырабатывается тип научного сотруд-

ничества с практическими работниками, может быть, на первый взгляд и не удовлетворяющими требованиям более строгой научной квалификации. Американская практика в достаточной степени шаблонизировала этот вид обследовательской работы.

В построении современной психотехники психоанализ может явиться типом наиболее целесообразного соотношения между теорией и практикой. Не говоря об исключительных случаях, достаточно сказать, что здесь теория будет постоянно обогащаться практикой, и практика будет подвергаться исследованию, давать возможность подведения углубленных обоснований для психотехнических наблюдений; иначе говоря, психотехника не исключает углубленного анализа индивида, как фактора в той или иной профессии. Отсюда очередной задачей является использование в целях профтехнического отбора тех методических завоеваний, которые достигнуты в области психоанализа.

Вопросу о роли и значении психоанализа в психотехнике и посвящен предлагаемый нами в русском переводе труд F. Giese.



I. Психоанализ и хозяйство.

Связь между хозяйственной жизнью и психоанализом может показаться рискованной большинству исследователей в этой последней области; и, однако, приходится признать, беспристрастно разбираясь в вопросах экономических, в частности, в психологии экономики, что очень многие отдельные обстоятельства и факты могли бы найти свое объяснение при посредстве психоанализа, — многие факты, но, конечно, не все.

Совокупность явлений хозяйственной жизни не может быть объяснена психоанализом, принимая ее в качестве полного образа человеческой культуры; есть граница, через которую психоанализ переступить не имеет права; эта граница определяется двумя положениями: хозяйственное строение зависит от чисто материальных соотношений, заранее определяющих развитие хозяйственного организма и не имеющих ничего общего с психическими процессами; область хозяйства существует сама по себе, объективно, сверхиндивидуально, имея свои собственные цели, свою ценность, совершенно не зависит от начала личного, все равно, — в массовом или персональном значении этого слова. И при всем соблазне строить мостики для связи с имма-

нентно несознанным — подобно виталистическим представлениям в биологии — нужно твердо помнить, что последнее слово остается всегда за объективной ситуацией (совокупностью), которую мы называем „хозяйством“, и что духовность тут не при чем. Какой же смысл, может иметь приложение психоанализа к хозяйственной жизни при наличии этих ограничений?

Наши исследования пойдут по двум направлениям —объяснение фактов и соотношений, частью или совершенно до сих пор непонятных, и возможность располагать данными, могущими принести практическую пользу в смысле оформления хозяйственного организма.

Сомнения нет, что до сих пор исследование хозяйственной организации „хозяйства“ дает нам целый ряд явлений, коих действительный смысл от нас скрыт, коих функциональная связь нам не ясна или даже не известна. Подобное связывание всегда относится к процессам психическим, и разгадка законов хозяйственной жизни есть, конечно, процесс психологический. Соотношение живого фактора в целом, т. е. формирующего, созерцающего, страдающего и подчиненного целому человеку, с объективным „хозяйством“ есть функция обоих взаимодействующих факторов, которую мы привыкли называть психологической; при всем этом, однако, еще не сказано, что мы во всех случаях непременно должны пользоваться психоанализом; напротив, значительная часть этих взаимодействий относится к области поверхностной психологии, скажем яснее, — к области сознательной человеческой культуры, и анализ углубляющий был бы в этих случаях бесполезен, а потому неприменим.

Между тем не исключена возможность, что примене-

ние психоанализа и в этой области откроет горизонты, недоступные нормальной сознательной психологии. Из сказанного видно, как щекотливо обследование названных соотношений — они затрагивают и основные вопросы, разбирающие применимость углубленной и поверхностной психологии, культуру несознанного и сознательной жизни и являются в хозяйственной жизни лишь примером того распространения, какое они могут получить в будущем.

Психоанализ и хозяйственная жизнь покоятся на связи человека с миром хозяйства, области, совершенно недоступной сознательной психологии до последнего времени господствующего, но уже устарелого типа.

Не следует, однако, всегда и везде применять психоанализ. Надо быть скромным и признать, что, не взирая на огромный шаг, сделанный в этом направлении исследованиями и открытиями Фрейда, и здесь еще многое темно и необъяснимо.

И в данном случае психоанализ, казалось бы, был бы применим не столько благодаря своей способности к углублению, сколько благодаря наличию в нем того основного момента, который всегда и прежде разрешал вопросы: изучение патологии или скорее затронутого, хотя еще нормального душевного состояния, помогающее нам видеть структуру хозяйства как бы под микроскопом. Меня всегда удивляло, как мало обращала внимания психиатрия на хозяйственную жизнь с одной стороны, а экономические науки на патологический материал с другой; правда, что наука о хозяйстве в этом смысле и в частности психология хозяйства — вещи новые.

Следовало бы, однако, чтобы быть на уровне современности, усвоить точку зрения, оказавшуюся мно-

гократно полезной. Мне не нужно подчеркивать, что все сказанное не означает „патологизации" хозяйства, хотя действительность международного обмена достаточно парадоксальна, чтобы оправдать такое представление. Подобная точка зрения применима к случаям, когда объективный хозяйственный организм болен, совершенно так же, как может быть больна литература или наука — коллективно и в определенный период времени. Об этом, однако, после; во всяком случае психоанализ, исходящий из патологических соотношений, скорее выгоден, нежели вреден.

Психоанализ должен быть приложим к хозяйственной жизни.

Что это значит?

Не касаясь врачебного психоанализа (терапия и педагогика), следует сказать, что в хозяйственной жизни часто бывают случаи, когда мы, применяя род психоаналитической психотехники, образуем новые ценности, в противность искусствам, где мне неизвестно ни одного случая, при котором таковые могли бы быть образованы, применяя эти приемы; спрашивается, насколько полезно или желательно писание драм на основе психоанализа или рисование картин на почве углубления в собственное Я!

Хозяйственная же жизнь, именно благодаря своим материальным составным частям, своей конкретности, дающая многочисленные задания человеческому Я, в состоянии в обширной мере пользоваться опытом психоанализа. Здесь намечается параллелизм с терапией, с той разницей, что тщательно избегают положений, где имеется отступление от нормы, насилие или надломленность человека; это есть прикладная психология на

почве анализа; она может быть названа областью психотехники объекта.

По всем этим основаниям следует упомянуть еще об одной, не безынтересной особенности, — занятие экономикой принесет открытия психоанализу, а таковые повлияют на исследования медицинские и педагогические.

Открытия гениального Фрейда до такой степени реальны и современны, что психоанализ уже возымел свое действие не только на психиатрию и неврологию, но и на педагогику и даже на искусство. Мне кажется, что применение психоанализа к экономике должно бросить новый свет на многое. Я не намерен, впрочем, систематически связывать психоанализ с экономикой. Изыскания дали еще слишком мало материала, слишком много еще намеков, неясностей, слишком мало фактов, да и места не хватает. Здесь я займусь только тем, что при помощи примеров постараюсь показать разнообразие и масштаб развития некоторых соотношений.

Следует упомянуть, что связь прикладной психологии и экономики еще только налаживается; наука о хозяйстве, наука о работе — все это новые понятия, в которые психология еще не успела проникнуть.

Мюнстерберг был первым психологом, обратившим внимание на экономику.

Он выделяет три главных области приложения: 1) выбор соответствующих личностей для нужд хозяйства, 2) получение наилучшей продуктивности и 3) достижение желаемого психического воздействия.

В первую группу мы зачисляем, согласно нынешним методам, призвание, одаренность, психотехническое испытание детей, молодежи, взрослых, здоровых и больных, отбор по родам деятельности (пути сообщения,

промышленность, сельское хозяйство и т. д.) и школы фабрично-заводского ученичества.

Ко второй группе мы относим все профессии (вагоновожатые, ж. д. машинисты, шофферы), исследования упражняемости и утомляемости, исследование производства на рациональной основе, научного производства и тейлоризма.

Третья категория исчерпывается психологией рекламы или умением привлекать людей.

Устаревшая классификация Мюнстерберга дополнена в настоящее время еще другой точкой зрения; прикладную психологию (она же психотехника — не следует смешивать с психологией для технических целей) делят по предмету исследования и получают, как я и предлагал в свое время, противоположения лица и вещи, т. е. психотехнику субъекта и объекта.

Первая есть приложение психологических исследований к индивиду, вторая—приложимость предметов к человеческим особенностям. В обоих случаях приходится касаться вопросов, могущих или долженствующих быть освещенными при помощи психоанализа. О связи психотехники и психоанализа в литературе уже упоминалось: таковы труды Германа и Шнейдера. Специальная психотехника еще почти не касалась этого вопроса, если не считать Баумгартен, давшей несколько докладов, и моих обзоров.

Можно было бы итти по следам Мюнстерберга, т. е. найти пример, отнести его к данной группе и сообразно с этим разыскивать психоаналитический материал. Мне кажется, однако, это слишком сложным в виду множества оговорок, которые придется делать, в случае, если психоаналитик пожелает изучить психотехнику,

или психолог—психоанализ. Я предпочту поэтому выбрать наиболее показательное с обоих сторон, излагая по возможности в общедоступной форме. При этом повторяю, во избежание недоразумений, что все те ограничения, о которых я говорил, касательно применения психоанализа к хозяйственной жизни, остаются в силе.

Надо сказать, что эти оговорки касаются вообще психологии, независимо от направления.

Для большей легкости понимания начну с указаний на психологию рекламы и перейду впоследствии к тейлоризму, к научной организации производства, включая проблемы заработной платы, к сложной области психологии труда и далее займусь вопросом об отношениях между хозяйством и личностью (хозяйство, как форма жизни).

Пример: эротика в рекламе.

К так называемым рекламным приманкам (сенсациям) принадлежит, очевидно, и эротика; я не намерен здесь точно определять это понятие; психоанализ здесь не нужен - эротика относится к науке о полах.

Эротика в качестве рекламной приманки является предметом, действующим на сознание, не имея ничего общего с подсознательными или, специфически выражаясь, сладострастными выражениями.

Эротическая реклама охватывает все обычные сорта реклам, как-то: плакаты, брошюры, световые картины, об'явления и т. п. Ее область—любовные отношения (включая брак и знакомство полов между собой), эротическая и частью ясно выраженная порнографическая литература и искусство, гигиенические препараты для предупреждения беременности, половая гигиена и обо-

стрение сексуального чувства (духи, любовные напитки). Все эти и подобные рекламы расчитаны всегда на сознательного покупателя. Они ведут по дороге апперцептивного восприятия, рационально-логическим путем задерживая публику у рекламы, действуя мнемонически, с тем, чтобы при покупке руководить клиентом при выборе товара. Бывают, конечно, случаи, когда эта реклама, как и всякая другая, обращается к подсознанию покупателя, чтобы возбудить его задор, лесть, например: „человек высшего света употребляет только . . . . .“ или указание на авторитет: „артистка Х. носит только бюстгальтеры у . . . .“, или природную лень,— покупка презервативов у парикмахера, куда все равно приходится ходить; или еще возбуждение тщеславия: „если Вы хотите иметь успех у женщин, то . . . . .“ и т. д. Все эти эмоциональные свойства человека используются здесь, как и при всякой другой рекламе, коснется ли она кресел для клуба, спичек или чего другого.

Хочу попутно коснуться одного пункта, взятого из терминологии Фрейда: всякая удачная реклама, будь то действующая на подсознание или на логическое восприятие, должна возбудить у клиента вкус к покупке предмета. Клиент, даже не будучи намерен купить рекламируемый товар, должен быть приохочен к этому возбуждением у него эмоционально-приятных (чувств) ощущений. Излишние покупки здесь показательны.

Пример: женщина попала в универсальный магазин, который пробуждает у нее желание купить все, благодаря удачной выставке. Покупательница порабощается скорее, чем любой мужчина, и покупает предмет Б,

вместо А (например, пару туфель, вместо нужного котелка).

Реклама может быть очень ценна в смысле сознательного восприятия, она же должна действовать эмоционально; если этого нет, то реклама часто бьет мимо цели, так как, вследствие отсутствия „предвкушения",— нет запоминания, так сказать—отзвука. Статистические исследования показали, что рекламы с „предвкушением" легче запоминаются и лучше восстанавливаются в памяти. Такая реклама может также воспользоваться юмором или комическими положениями, но при этом должна быть связь между рекламой и ее содержанием. Если комизм слишком подчеркнут, внимание зрителя поглощается всецело шуткой или остротой, и содержание рекламы забывается.

Недостаток места не позволяет мне привести примеры возбуждения „предвкушения", а также неудачных реклам, будь то с ложным юмором или просто бесцветных.

С понятием „предвкушения" мы выбрались из области грубой, внешней сексуальной рекламы, ибо это понятие сопутствует всем рекламам. Психоаналитик нашел бы в предвкушении намек на сладострастные мотивы; предвкушение напоминает страсть, хотя и в очищенном виде. Этот принцип есть закон психологического действия рекламы: нет действия без предвкушения. Выставка в окне гастрономического магазина, повторенный семь дней подряд вопросительный знак (на восьмой день оказывается, что в кабаре таком-то поет такой-то)— все для предвкушения; есть, впрочем, люди, довольствующиеся одним этим настроением, без всякого стремления к удовлетворению (собиратели проспектов, рек-

лам-картинок, каталогов). Я знаю примеры собирания каталогов электрических принадлежностей или книжных, просто так, для удовольствия. В большинстве таких случаев психоаналитик раскроет связь между рекламой и коллекционерством; нельзя на этом, однако, долго останавливаться: тема—анализ рекламы—безгранична.

Перехожу к ритмической рекламе. Наиболее грубым будет деление на акустическую, оптическую и моторную ритмику; сюда же я причисляю принцип рядов или накопления, по своей целесообразности играющий большую роль в рекламе. Действие этих реклам—приятное воспоминание; хорошая реклама, т. е. такая, которая через восприятие ведет к покупке, должна это помнить. Слуховая ритмика часто встречается в форме рифмованных или подчеркнутых фраз: специалист по рекламе никогда не напишет: „чисти руки абрадорским камнем“ или: „ешьте биомальц и будете здоровее“, но непременно в стихах или с подчеркиванием, причем чем глупее рифмовка, тем она глубже западает в мозг обывателя.

Оптический ритм труднее понять. Здесь в первую голову выступает принцип рядов, накопление того же соблазна в массах и, следовательно, усиление действия на память. Мы видим рекламы шампанских фирм, где не один, а пять кельнеров предлагают ту же марку вина. Электрические лампочки изображаются в бесконечном количестве. Это усиление действия рядами известно в рекламной технике и сводится к принципу ритма, именно потому, что наблюдатель ощущает повторение одиночек, как ритм, а отнюдь не в виде комплекса.

Зрительный ритм часто соединяется с моторным,

также известным специалистам (например: мельница за оконными рамами для привлечения внимания).

Зрительно-моторный ритм достигает высшей точки в фильме, воспроизводящей рекламы в известной постепенности. Эта ритмика, особенно, когда она использует,—а это часто бывает,—область юмора, имеет огромный успех. Во всяком случае ритмика влияет на подсознание, и следует только вспомнить различные попытки объяснить область ритмического, чтобы притти в связь с психоанализом. Теоретическое объяснение ритма при посредстве психоанализа наиболее изящно и вероятно. Применение его к рекламе становится обязательным, и психолог, работающий в духе объективной психо-техники, отныне будет разыскивать ту ритмику, которая может быть применена к подсознанию нормального человека.

В этом случае и простой наблюдатель поймет, насколько интересны и плодотворны для теории психоанализа такие серьезные хозяйственные вопросы, как, например, увеличение сбыта при посредстве психологических приемов и почему прикладной психоанализ в нашей области ведет по другим путям, чем в терапии—врачебный психоанализ.

Далее видно, что под нашим углом зрения принцип удовольствия и неудовольствия заслуживает особого внимания. Неудовольствие не интересует психолога рекламы, ему важно, напротив, пробудить настроение, уклониться от неудовольствия; он добывает свой опыт из положительного мира, из вопроса, почему реклама была с настроением, почему она заставила работать память—в противоположность медицине, где недовольство считается усиливающим внимание фактором, как

в положительном, так и в отрицательном значении (забыть—вспомнить).

Мне хочется доказать, оставаясь в рамках эротики рекламы, что психоанализ здесь вполне уместен; приведу показательный пример: речь идет об эротизации определенно не эротических отраслей и ослаблении вследствие этого действия рекламы. Это можно было бы выразить так: ухудшение действия рекламы при посредстве сладострастного впечатления.

В настоящее время весьма распространена эротизация реклам, не имеющих ничего общего с половыми отношениями. Приходится признать, что многие делают это совершенно бессознательно, и только в редких случаях целью является возбуждение симпатии эротизацией и, следовательно, запечатление рекламы в мозгу.

Некоторые отрасли торговли имеют, впрочем, косвенное отношение к эротике; так, напр., фабрики мыла, которые, вступив на путь гигиены, подходят близко к отношениям между полами. Не удивительно поэтому, когда мы на обложках мыла видим женские фигуры. Другие фирмы не делают этого, ограничиваясь похвальным словом фабрикату; третьи эротизируют: на обложке изображена красавица, большей частью полуодетая; текст говорит о высоких достоинствах мыла в смысле улучшения кожи. Было бы понятно на фабрикатах для удаления веснушек или неровностей кожи изображение двух лиц; между тем, этого не делается. Что же касается до впечатления, то мужчина в первую голову при рассматривании подобных реклам испытывает симпатию к продукту при помощи сладострастного возбуждения. Ему нравится головка, фигура и, идя этим кружным путем, он запоминает картину. Женщина

склоняется к другому: она отождествляет себя с изображением; она грезит немедленно и несознательно о положениях, в которых она могла бы действовать столь же идеально, как картина. Эта самоидеализация, понятно, не более, как минутное возбуждение; но этого достаточно, чтобы запечатлеть рекламу. Мне кажется, что в основе рекламы лежит тот же принцип, который я наблюдал за собой, рассматривая эротические открытки.

Мужчина любит наблюдать другой пол в активном состоянии, женщина—свой, представляя себя в таком же положении.

Замечается, что неэстетические вещи редко символизируются при посредстве женских фигур; здесь чаще играет роль мужчина; так, например, на обложках средств от мозолей. Одновременно чисто мужские дела прихорашиваются женским содействием: на обложках бритв часто изображается не мужчина, а женщина, ласкающая „чисто-выбритого“ (предвкушение) мужчину.

Эротизация рекламы идет еще дальше; напомню о бесчисленных оттисках по косметике рта, где выводятся женские фигуры (реклама колодонта—нарисована девушка с прекрасными зубами).

То же наблюдается в папиросном производстве: несмотря на то, что 15 или 20 лет тому назад женщины курили очень редко, фирмы изображали курящие женские головки, чтобы пробудить у мужчины охоту к покупке, или называли тот или иной сорт женским именем.

Следует заметить, что производство папирос коснулось именно женщин, после того как различные отвлеченности (изображение дракона и т. п.) не привлекли

публику. Выделка сигар — другое дело, — тут фирмы не очень склоняются к женщинам; большею частью изображается плантатор или вообще курящая мужская фигура. Женщины, особенно курящие, не изображаются; но и понятно, тут нет места эротике, как в шампанском или других отраслях. В развитие сказанного следует заметить, что марки папирос простого человека клонят к огрублению и гораздо менее пользуются женскими названиями. Прикащик и парикмахер курят папиросы „Долли", или „Фрици Массари", рабочий хватается за „толстый боб" или „вкусный номер". Зрительная сторона здесь не существует и заменена крайне грубыми формами словесной символики.

Следует заметить, что фабричная статистика сбыта точно осведомлена о структуре народонаселения в этом отношении, как, например, о том, что наибольшее количество папирос выкуривается в прирейнских областях и на востоке Германии (славянское влияние).

Эротика в рекламе касается предметов, которые, казалось бы, ничего общего с ней не имеют; теперь же, с утончением приемов рекламы, она проникла этой ноткой. Сюда принадлежит торговля напитками—в первую очередь, пиво, вино и водка. Еще до сих пор пиво символизируется мужской фигурой (св. Энгельгард и т. п.), но уже начала появляться хорошенькая кельнерша. Яснее это проступает при дорогих напитках. Шампанские фирмы более всех других вводят эротику в свои рекламы: парочки со стаканом вина в руке, будуарные картинки, символические виньетки, даже спортивные изображения, все это в полном ходу. Многие фирмы издают целые альбомы, художественно исполненные, где известные художники связывают жен-

щину с шампанским или ликерами. Примерами служат фирмы „Henkel Trocken“ или „Kupferberg Gold“, рекламы коих иллюстрируются знаменитостями. Здесь эротика связывается с настроением, с повышенным смакованием в обществе женщины. Публику, повидимому, притягивают такие изображения, а не картина одинокого пьяницы. Вопрос этот, между прочим, не решен за отсутствием статистических данных. Мы еще не знаем величины распространения подсознательных представлений у нормальных людей—типовых количеств.

Психоанализ может также заинтересоваться тем, что в рекламах напитков часто изображен ребенок (Берлинское дитё). Это действует частью юмористически, частью выделяет какое-то благодушие; хотя и можно сказать, что дитя и пиво ничего общего между собой не имеют, и всякий трезвенник справедливо придет в ужас от подобного сопоставления, но на практике такая символика всегда удается. Я только указываю на это, не решая вопроса, почему это происходит,—потому ли, что изображение ребенка напоминает о детских годах (о материнском молоке), или действует комически: вот вырос из ребят и могу пить пиво. Может быть, и то и другое.

То, что мы видим в торговле алкоголем, распространяется и на другие области; это показывает, что лейтмотивом может быть не только хмель, связанный с эротикой. Эротизация рекламы гораздо тоньше и нежнее; доказывают это плакаты, предлагающие чай или кофе́ без кофеина; кельнерша или китаянка приведены здесь в качестве символа безотносительно к грубой эротике; часто в рекламе попадаются даже материнские нотки (пример—мать поит ребенка какао).

Новой проблемой, ждущей своего исследователя, могли бы быть патологические случаи, когда реклама забывается частично или вполне; интересно было бы исследовать, поскольку связаны между собою желание купить с действительной покупкой; эти вопросы, однако, хотя и относятся к психоанализу, составляют, так сказать, область будущего.

Понятно далее, что к тому же разряду относится реклама канцелярских принадлежностей; канцелярия, контора, где бок-о-бок работают оба пола, приближена к эротике.

Из терапевтических анализов известно, как часто там бывают столкновения на половой почве. Реклама хватается за эти настроения при предложении, например, пишущей машины. Машинистка составляет при этом столь же необходимую фигуру, как барабан при рекламе револьвера; очень часто, кроме машинистки, еще изображен ее начальник, диктующий бумагу; в этом случае реклама удачна, если на лицах персонажей имеется соответствующее выражение; впечатление усиливается при наличии кокетливо обутой ноги или выреза на платье.

Меня удивляло, что английская реклама канцелярских принадлежностей или иных подобных предметов больше оперирует с мужскими изображениями, чем континентальная. Это у нее относится к структуре народной психологии.

Особое положение в рекламе занимает животное. Вообще говоря, эмоциональные нотки и тут имеют место. Я не говорю, конечно, об исключительных случаях, как, например, о рекламе „собачьего пирога“ или об изображении геральдического льва на пивной рекламе фирмы „Левенбрей“; тут возбуждения эмоции нет.

Когда собрание путеводителей или словарей оживляется рядом сидящих прямо пингвинов или лаковый фабрикат—таксой с кисточкой во рту, нужно себя спросить, что за интерес рекламе пускать в ход такие картинки?

Тут возникает чувство юмора на основе сочувствия к животному, и рекламе известно, что это сочувствие доброжелательного человечества сильнее в германских землях, чем в романских.

Художник пробуждает это свойство благоволения к слабому существу; при этом возникает также представление об играх человека с животными. Символику вообще, изображение, например, змеи, жираффа, геральдических зверей, я считаю менее плодотворной, так как нет общего и однообразного понимания.

Несколько в ином положении находится культурная символика, в изображении, например, науки. Плакат, изображающий Францию в виде женщины в борьбе за Рурскую область, вполне ясен; должен оговориться, однако,—названный плакат не достиг цели, так как он изображал женщину с выражением садизма на лице, да еще голую.

Во время войны Франция смягчала трагедию полей сражения, изображая в своих воззваниях к окопной войне хорошенькую амазонку в стальном шлеме, награждающую героя.

Французская реклама вообще сознательно эротична.

Оканчивая это исследование, не могу не указать на один хозяйственно психологический факт, который я впоследствии приведу в связь с тейлоризмом, именно, на способность изображений запечатлеваться в памяти.

Реклама должна быть понята немедленно, а также

запечатлеться. Научно это может быть выражено так: апперцептивная поддержка наблюдателя. Здесь возможны различные пути. Запечатлевание может быть достигнуто логическим ассоциированием и вспомогательными средствами, например, распределением предметов по выставочным окнам, нагромождением товаров, зрительными цветными контрастами, светом и тенью, изображением целого в известной последовательности образования (посредством фильмы) и многое другое.

Запечатлевание в памяти может быть рассматриваемо двояко. Часто подсознательно пробуждается веселость наблюдателя, также часто наблюдаются подсознательные мысленные течения у художника.

Оба проявления весьма ценны для психоаналитика, начиная с первого: веселость наблюдателя при бьющей рекламе выражается в злорадстве, грубости, иногда в пробуждении садизма—чувствах этически малоценных. Вот несколько примеров: фирма, изготовляющая предохранители на булавки, выводит на рекламе фигуру, проткнутую насквозь громадной шпагой; капли крови висят на шпаге, лицо несчастного показывает ужас, под фигурой надпись: „они не могут больше тыкать друг друга". Всякий раз, как эта картина во время моих лекций показывалась на экране, она вызывала огромную веселость и злорадный хохот. Профессионально говоря, реклама великолепна, связь между раненым и предохранителями установлена и прекрасно остается в памяти, как показали опыты. Но почему же? Потому что удовольствие по случаю несчастья другого, радость, что сам не находишься в таком же положении, вполне овладели наблюдателем.

Людской садизм еще яснее выступает при рекла-

мах, которые технически плохи: некто ударяет другого огромной метлой по носу; кровь брызжет; для большего удовлетворения зрителя внизу надпись: „это заметно“. Раздается всеобщий злорадный хохот. Оказывается, что фабрикант рекомендует патентованные стальные или оловянные пломбы, служащие для завязывания пакетов, закупоривания бутылок; весь текст под картиной гласит так: „это заметно при испытании, что наши пломбы... лучше всех других“. Здесь имеется неудачное сочетание текста с картиной. Фабрикант — к собственному вреду — имел в виду игру слов на „пломбе“. Битье по носу и лицу метлой влияет и на зубы, значит на пломбы. Предполагалась логическая связь — зубная пломба — пломба для пакетов — патентованная пломба из олова или стали. Реклама не удалась, так как публика, развеселившись, осталась при первом представлении.

Еще пример, чтобы лучше объяснить запечатлеваемость. Некто приготовляет пилы для резания металла. В рекламе это изображается так: пила ломтями отрезает железо от бруска; всякий скажет, что реклама логична и остается в памяти. Другой фабрикант изготовляет бритвы. Что же он делает? Он изображает таксика, которому бритва перерезала тело пополам. Что за нелепое представление — разрезать собак бритвами! И какой подсознательный, интересный ход мыслей! Реклама не действует на публику: у некоторых возбуждается отвращение, другие находят ее глупой и не смешной.

Возможность войти в курс мыслей художника представляют плакаты, стремящиеся запечатлеть, но неудачно. Вышеназванная реклама принадлежит к таковым. Есть

и более нелепые. Например: фабрикант изготовляет карманные зеркальца и желает показать практически их применение. Художник сажает человека на колокольный шпиль и заставляет его рассматривать оттуда местность в зеркало! Внизу надпись: „решительно все видно". Это логическая бессмыслица—рассматривать местность в зеркало; оно неестественно во-первых, ничего не говорит об употреблении подобных зеркал во-вторых и, наконец, нисколько не подчеркивает качество фабриката. Художник прошел мимо цели, изображение скорее годилось бы для полевого бинокля или подзорной трубы. Психоаналитик спросит: как художник додумался — посадить человека на колокольный шпиль, дать ему в руки зеркальце и заставить его рассматривать местность в это зеркальце? Ясно, что рисовальщик был под влиянием подсознательных представлений, которые вдохновили его крайне неудачно. Еслиб он работал в том же роде, но сознательно, можно было бы только сказать, что у него плохие мыслительные способности, и привести в извинение хотя бы наличие ненормальных подсознательных побуждений.

Вышесказанное приводит меня к такому случаю: бывает, что реклама не имеющих отношения к эротике отраслей торговли проникнута ею; наблюдатель сбивается с пути, и эффект теряется. О запечатлеваемости здесь не может быть и речи. Эротика заполняет все, и этот сладострастый оборот способствует провалу рекламы. Несколько примеров объяснят сказанное: когда башмачные фирмы выводят элегантных женщин, одетых в предлагаемый товар и частично показывающих икру ноги, то понятно, что запечатлеваемость достигается, так как принят в расчет процент фетишизма,

имеющийся в наличии у публики. Или если какая-либо фирма, производящая шелковые дамские чулки, изобразит две перекрещенные женские ноги в зеленых чулках, на которые сочувственно взирает черный кот с зелеными глазами и с красной лентой вокруг шеи, то такая символика вполне приемлема. И, наоборот, фирма, предлагающая чулки под маркой „три кольца“, поступила неудачно, нарисовав только две ноги в лиловых чулках, шагающие и попадающие по дороге в три вставленные друг в друга кольца; здесь происходит путаница понятий; лучше было бы представить простой чулок с тремя кольцами, или кольцеобразно сложенные чулки, или перекрещенные ноги с подвязками, или, наконец, браслеты на ногах, чем эту испорченную рекламу. Третья фирма выводит изящно одетаго человека в цилиндре и визитке, подающего даме ручное зеркало. Женщина надевает шляпу, в сторонке стойка, на которой тоже шляпа. Всякий подумает, что речь идет о рекламе для дамских шляп. Оказывается, ничуть не бывало,—внизу написано крупным шрифтом „NN мужской портной“.

Это пример неудачной эротизации; именно мысль такова: „мужчина, одевайся изящно, и ты будешь иметь успех у женщин“ (подозрительные представления у художника); логической связи между картиной и текстом нет, и если эта реклама попадет в газету или сборник, то мужчина, перелистывая этот сборник для своих целей, никогда не остановится на этой картинке, приняв ее, в первоначальной стадии внимания за рекламу дамских шляп.

Еще нелепее другой пример. Очень известная фирма, изготовляющая пишущие машины, выпускает рекламы, художественно исполненные известными рисовальщиками. Художник эротизирует тему в форме, вполне

мешающей удачной продаже. Он не машинистку выводит в качестве символа, но изображает будуар, в котором на софе возлежит изящная дама в рубашке и чулках. В одной руке она держит любовное послание, другою ласкает собачку; на столике перед нею пишущая машина. Под этой цветной картиной узкая белая полоса, на которой название фирмы и больше ничего. Каков же результат? Многие со сладострастием посмотрят на голую женщину. Никому не придет в голову, что это реклама для пишущей машины. Какой-нибудь холостяк особенно оценит изображение, отрежет белую полоску и, может быть, повесит его в виде эстампа на стену в своей комнате. Здесь нет никакой связи между смыслом картины и логическим восприятием понятия пишущей машины. Таковы примеры очень многих неудачных реклам, не кстати эротизирующих, а потому не имеющих торгового успеха. Кончаю мои короткие заметки о психологии рекламы в освещении психоанализом. Всякому ясно, какое множество проблем еще лежит в незатронутом виде и как, в свою очередь, психоанализ может добывать типологические данные при помощи изучения рекламы; данные эти с другой стороны могут оказаться полезным материалом для патологии.

Литература:

Giese, Sexualvorbilder bei einfachen Erfindungen. Imago 1915, — Jung, Wandlungen und Symbole der Libido. Jahrbuch, III ff„ 1912, und Psychol. Typen, Zürich 1921. — Le Bon, Psycholog. Grundgesetze der Völkerentwicklung. Leipzig 1922. — Freud, Jenseits des Lustprinzips. Wien 1920, und Das Ich und das Es. Wien 1923. — Мюнстерберг, Психология и хозяйственная жизнь. Москва. „Русский Книжник". — Гизе, Практические работы по психотехнике 1926 Ленинград. „Современник". — Grüninger, Psychotechnik und Psychoanalyse. Ebenda. — Schneider, Ernst, Psychotechnik und Psychoanalyse. Schulreform (Berner Seminarblätter) 1921. — v. Hartungen, Psychologie der Reklame. Stuttgart 1921. — Seyffert, Die Reklame des Kaufmanns. Leipzig 1914.

II. Психоанализ и проф-ориентация.

Психоаналитики часто указывают на психотехническую проблему испытания способностей. Так, Герман упоминает об интеллигентности, Грюнингер о выборе одаренных в Берлине; о том же говорит Шнейдер.

Наоборот, психологи по профессии сравнительно мало интересуются психологией в ее применении к испытаниям способностей. Упомянуть приходится лишь о реферате Баумгартена и моих собственных текущих сообщениях в психотехнических повременных журналах. Обозревая состояние обоих отделов, можно сказать про психоанализ, что он по прошествии нескольких лет, после довольно односторонней борьбы, пришел к более ясной, крепкой, очищенной от примесей теории и к продуктивной во многих случаях практике. С другой стороны следует признаться, что психотехнические испытания не всегда соответствовали ожиданиям.

Не говоря уже о том, что модные вопросы, как, например, испытания и выбор высоко одаренных личностей, привели постепенно исследователей к разочарованию, но и текущие исследования в школе, промышленности, выборе профессии и обеспечении инвалидности, приносят с собой случаи, при наличии которых арсенал

прикладной психологии оказывается недостаточным. Требования углубления анализа звучат все громче. Мы ищем ответа на два вопроса: какие нужды психотехники не могут быть удовлетворены прикладной психологией и потому должны быть поддержаны психоанализом и какие к тому имеются средства?

Без дальнейшего ясно, что не все вопросы психодиагноза—в особенности при испытаниях одаренности—требуют ныне или потребуют впоследствии помощи психоанализа. Весьма многие подобные диагнозы должны быть производимы в пределах, не охватываемых анализом в узком смысле слова, хотя бы по причинам обстановки. Многие психические особенности, требуемые в промышленности,—способность к ручному труду, разделение внимания, интеллектуальные способности, не потребуют анализа и, в крайнем случае, только получат теоретическое освещение через приложение психоаналитических точек зрения.

Без сомнения и теперешние испытания способностей как теоретически, так и практически недостаточно обращают внимание на факторы эмоционального свойства. Часто говорят даже, что психотехника не обращает никакого внимания на эти факторы — такая критика мне кажется несправедливой.

Психотехника делала бы все это, если бы это было возможно методически, и она должна будет это делать, когда выработается ее метод.

Ясно, что, не исследуя и не наблюдая эмоционального мира, мы допускаем пробел, так как из него исходят целесообразные волевые и вообще подсознательные побуждения; исключать из этого, конечно, нужно задержки личного свойства. Существуют противники

психоанализа только потому, что он признает подсознание, или потому, что он несколько напирает на половые мотивы. И то и другое дает основание многим психологам-специалистам видеть во всем этом направлении нечто вырождающееся; к этому прибавляются причины так называемых расовых ощущений (Russenempfindungen) и с самого начала получается недоверие и старание помешать всякой непредубежденности.

Подобное отношение „субъективно“ вполне понятно, но никогда не помешает объективной необходимости пользоваться всеми средствами прогресса для пользы дела.

Беспристрастно говоря, приходится признать, что психоанализ дает возможность освещать необыкновенно важные области и давать решающие ответы на многие темные вопросы; так будет и дальше, если только хватит смелости не всегда соглашаться с мнением широких кругов сторонников психоанализа. С социальной точки зрения необходимо даже пробовать всякие пути, что бы охранить общественные интересы при этих испытаниях. Очень часто противная сторона утверждает, что действенность психоаналитических достижений ограничивается лишь малыми кругами населения. Постоянно повторяют, что найденные законы подходят только к небольшому кругу людей, патологическая природа коих находится вне сомнения.

Иногда для примера выдвигается и социальная привиллегированность определенных слоев. Психоанализ, будто бы, годится только для безработных интеллигентов. Не буду останавливаться на корне обвинения, но укажу на опыт Берлинской поликлиники, клиентура коей, как видно из статистики, сообщенной Эйтингоном,

отнюдь не состоит только из названного слоя. Весьма важно то обстоятельство, что там перед психоанализом проходят при испытании ремесленных учеников — по причинам, связанным со спросом и предложением труда — в первую голову именно пролетарские слои. Нельзя не согласиться, однако, что статистическое сравнение отдельных индивидов между собой могло бы быть проводимо систематичнее и, если прежние анализы и бывали неполны, то теперь материал значительно накопился. Подобная статистика должна была бы обратить внимание и на внутреннюю индивидуальную конституцию, так или иначе эмоционально настроенную у тех же людей. Это требование вполне научно и шло бы параллельно с обследованиями нормальной психологии по поводу дальтонизма или извращенного миросозерцания.

Придя к убеждению, что психоанализ есть предмет общеполезный, — а это безотговорочно подвердит всякий искренний наблюдатель — и несмотря на наличие до сих пор частых ошибок, мы приходим опять к вышеупомянутому вопросу, — поскольку углубленная психология может найти применение в психотехнических испытаниях?

Первейшею областью применения анализа могло-бы быть изучение профессий. Каждому испытанию предшествует установление нужных общих психических функций для данной профессии или данного рода работы (далее речь пойдет уже о больших или меньших способностях).

Это обусловливает исследование особенностей профессии, так как прежде, чем выбирать из массы испытательных способов отдельные виды для данного случая, иначе говоря, строить схему испытания, нужно знать, как выявляется профессия, какое у нее лицо.

Экономическая, педагогическая, чисто медицинская (профессиональная гигиена) сторона дела не столь важны в этом случае, как изучение профессии на психологической основе. Подобное освещение различных областей работы предпринималось, но только в общих чертах и результаты его еще очень недостаточны; исследователи применяли до сих пор психологию только в тех случаях, где требовалась выработка определенных психотехнических приемов отбора.

Мне желательно указать на несколько пунктов, из которых было бы видно, что исследование психоанализом принесет пользу; оговариваюсь, что поверхностные способности к профессии не интересны в данном случае, хотя их вообще множество. Определенные профессии указывают на наличие определенных эмоциональных ценностей, о которых не может возникнуть сомнений в их принадлежности к области психоанализа. Иными словами, это профессии, при которых понятие сладострастия в коренном и узком значении слова должно играть роль. Это профессии с эротическими составными частями в той или иной форме.

Служащие в гостинницах составляют клиентуру подобного рода и изучение профессий должно указать на это. Индивиды, легко возбуждаемые в направлении эротики, должны быть во время испытаний рассматриваемы под другим углом зрения, чем более нейтральные натуры.

Эротика в непосредственной форме проявляется при профессиях, где ее совершенно нельзя ожидать. Напомню о моих исследованиях в почтовом ведомстве. Здесь я нашел—согласно указаниям начальства—эротические наклонности у телефонисток. Один тип при

тесном сотрудничестве со многими сослуживцами склоняется к привязанностям, о природе которых не может возникнуть сомнений.

Этот факт, в качестве частного обстоятельства, не был бы нисколько интересен; в данном случае, однако, образуется клика, предпочтение любимых подруг и т. п., т.-е. нежелательные служебные помехи, короче говоря, субъективизм на службе. Другой тип реагирует иначе; он занят большею частью на так называемых телефонах частого вызова. В больших городах имеются телефонные станции, к которым присоединены танцклассы, бары и проч., словом, мир кутил, и я находил индивидов, которые жадно подслушивали на службе разговоры кутил между собой. Разговоры эти протекают обыкновенно в весьма реалистических оттенках, достаточно продолжительны, к тому же слышатся в тиши ночного дежурства; все это делает весьма ценными сведения об этом профессиональном психическом повреждении, так как они сыграют свою роль при квалификации по профессии.

Порывы сладострастия не непосредственно стоят в соотношении со многими профессиями. Стоит вспомнить хотя бы клептоманию у ненормальных женщин, а теперь известно (даже в кругах, отрицающих психоанализ), что клептомания, так же как и отрезание кос, имеет определенно сексуальную подкладку.

То же может быть замечено при испытаниях (установках) соблазна к фантастической лжи. Другие профессии (напр. педагогика) скорее могут повести к садизму, чем те, коих условия подготовки не очень отклоняются от описанных профессий.

Знания особенностей каждой профессии у нас еще нет. С одной стороны объективное исследование самой профессии должно указать нам на ее подводные камни, с другой, кроме анализа, полезно попутно произвести историко-генетическую поверку лиц, потерпевших на ней крушение. Даже беглый обзор материала, собранного мною, показал, что одна только история потерпевших на различных профессиях способна дать весьма важные выводы. Это тоже дело будущего — изучать профессии при помощи психоанализа.

Не следует, однако, останавливаться только на понятии сладострастия; есть еще побуждения, из которых я назову пока лишь „притяжение к материалу". Я так называю одно странное явление, а именно: каждый индивид показывает определенное, чувствами обусловленное, отношение к окружающей его материи. Испытания постоянно показывают, что это чувство очень способно влиять на годность рабочего. Оно проявляется в отношении работающего к материалу—поскольку он его любит и охотно перерабатывает. Многие мальчики любят мять мягкое сукно; другие предпочитают металлы; третьи любят дерево, и работа на нем выходит у них лучше в техническом, изобретательском смысле, чем на бумаге, или камне.

Соответственно этому у девочек есть свои предпочтения к текстильной промышленности. Многие охотнее всего работают на жидкостях (вода, химические ванны и проч.). Все это объясняется различным эмоционально-подсознательным отношением к материалу.

В свое время я предпринял некоторые исследования в этом направлении, но научно их еще не обработал.

Пока видно только одно, что исследование личности в связи с профессией и чувство к материалу стоят весьма близко друг к другу; скажу более, эти чувства станут понятны только тогда, когда мы раскроем подсознание.

Чувство к материалу еще не решает призвания; многократные исследования показывают нам необычайную многообразность так называемых призваний у детей и подростков. Вместе с тем мы каждый день наталкиваемся на ежеминутно возникающие призвания, побудительной причиной коих является крупная и скорая нажива.

Отсюда переполнение профессий токаря, слесаря, электромонтера в промышленных областях Германии и недостаток переплетчиков, садовников, парикмахеров—привожу только несколько примеров из действительной жизни. Денежный двигатель, приобретающий необыкновенное значение у людей с простейшей психикой, был бы, однако, недостаточен, чтобы объяснить склонность к профессии и выбор ее, как вообще, так и в каждом частном случае. И здесь психоанализу открыто широкое поле для исследований и откровений.

Тальберг, Мадай и Крамер уже высказались в этом духе о психологии профессий, а Адлер внес свою часть в психологию выбора профессий врача. Точка зрения Штекеля кажется мне, однако, еще существеннее—богаче выводами, так как она рассматривает вопрос в несколько другом освещении. Он приводит склонность к той или иной профессии к психологической подпочве, и следует признать, что его взгляд открывает обширные горизонты психологическому изучению профессий.

Он признает пять причин, определяющих выбор: 1) человек одного типа избирает профессию, отожествляя себя внутренно с отцом. Этот случай часто бывает при наследственных профессиях; может, однако, произойти без того, чтобы перед глазами ясно носился образ отца, а просто вследствие влияния среды.

Противоположность первому составляет второй тип, являющийся противовесом отцовской профессии. Так, сын купца из оппозиции становится художником. Борьба между поколениями решает спор; при этом важно настроение в семье.

Третий тип находится под гнетом своих склонностей, причем эти склонности имеют определенный антикультурный оттенок. Профессия их вводит в рамки, она действует в качестве тормаза. Так произошли многие хирурги, такие же случаи встречаются и в не академических карьерах (мясники).

Четвертый тип подчинен своим бессознательным склонностям, каковые эксплуатируются в пользу профессии и дают иногда даже повышенные квалификации. Мне недавно попался такой случай. Человек стал мозольным оператором. Он определеннейший фетишист ноги, знает это, и сознался мне, что ему доставляет глубокое удовольствие представлять себе, что его клиентки прохаживаются мимо него по улице.

Парикмахеры, башмачники, массажисты, многие дамские портные относятся к этому типу, также и продавцы в перчаточных магазинах и у ювелиров.

Конечно, то же можно проследить и в более интеллигентных профессиях, примеры нашлись бы.

Пятый тип имеет склонности нарцисса. Он выбирает профессию для защиты и охранения себя от своих

собственных склонностей, способных повредить ему лично (не так, как третий тип, где склонности могут быть вредны всему обществу). Так, судья стремится, посредством своей профессии сдержать в рамках собственную аморальность. К этой группе как раз относятся многие интеллигентные профессии.

Во всяком случае видно, что подсознательные побуждения играют очень большую роль и я нахожу, что типология Штекеля может быть еще значительно расширена; достаточно, однако, будет указать, какие будущие задания в науке о профессиях должен будет разрешить психоанализ. Достаточно перелистать собрание характеристик пациентов, чтобы получить исчерпывающие указания. Правда, что там не хватает столь нужной в психотехнике статистики типологии; между тем наука о работе особенно интересуется лицами, поврежденными профессией, для правильности консультации.

Сюда принадлежат многие моменты, как то: побуждение переменить профессию; бродячие инстинкты и некоторые другие, не зависящие от экономических и вообще чисто внешних причин.

После этих кратких объяснений применения психоанализа к исследованиям профессии, поговорим о приложении углубленной психологии к психологическому диагнозу и консультации, а именно к испытанию способностей. Здесь надо различать два основных метода. Один из них—принцип наблюдения, другой—опыт; остановимся несколько на обоих, на практике дополняющих друг друга.

Психологическое наблюдение над учениками со стороны учителей уже теперь производится в школах, под-

готовительных и профессиональных. В основе положено намерение дать себе отчет о свойствах, заложенных в индивиде. Для этой цели выработана известная форма анкетных листов по определенным правилам и схемам, объединяющих необходимые для профессии душевные свойства. Литературы по этой отрасли достаточно, а потому примеров не привожу; все эти анкеты имеют в виду выяснение душевных свойств, которых опытным путем установить нельзя. Сюда принадлежат: моральные, этические, эмоциональные и волевые особенности; вопросы касаются нравственности, честолюбия, прилежания, любви к порядку, честности, стремления к правде. Подобные анкеты имелись в виду в некоторых местностях для широких кругов населения, но здесь неожиданно возникло сильнейшее сопротивление со стороны самого населения; от проекта пришлось отказаться—произошли недоразумения, даже на почве таких невинных вопросов, как прилежание, внимание, вероисповедание; удивительный пример безудержной реакции слоя населения, пришедшего к власти. Заговорили о возрождении сыска, в случае введения таких анкет; некоторый внешний повод к таким разговорам, конечно, есть, так как некоторые типы анкет требуют, кроме личных сведений, еще семейных, как-то: показаний о родителях, братьях и сестрах; большинству людей очень неприятно обнародовать такие сведения. Задавались даже вопросы о преступности, болезнях, внебрачных рождениях и т. п.; дело дошло до того, что стали интересоваться величиной квартиры, отношениями родителей и детей и т. д. Большинство анкет не привилось публике, тут же примешалась природная лень приставленных к делу педагогов, в тех случаях, когда

не превратилась (что еще хуже) в серьезничание из-за карьерных соображений; анкеты пропали из обращения, смененные, но не замененные, маленькими опросными листками, не имеющими никакого распространения. Основная мысль—изучить семью испытуемого—хороша, но провести ее в жизнь оказалось трудно.

Мотивы борьбы против этой мысли очевидно подсознательные и опять таки относятся к области психоанализа, к тому же массового; анализ этой борьбы мог бы дать интересные выводы. Требование, однако, остается в силе: придумать такие наблюдения, чтобы получился материал для психоанализа; анкеты бесспорно являются таким материалом, как для теоретических выводов, так и для дополнения отдельных опытов. Остались они к сожалению только для патологической и преступной молодежи, т.-е. для клиентуры профессионального обеспечения. Здесь весьма полезно проникновение в мотивы действий поврежденной молодежи оружием углубленной психологии, так как я знаю, по своему многолетнему опыту, что среди нее имеются всевозможные уклонения от нормы: сексуальные травмы, открытая преступность, более скрытые, подчас непонятные наклонности, как то: бродяжество, беспричинная ложь и проч. Бок о бок с наблюдением выступает опыт, т.-е. психопатическое исследование в тесном смысле. Следует сознаться, что эти исследования ведутся весьма поверхностно. Установки воли (Willenseinstellungen) исследуются лишь посредством эргографических или реактивных приемов, об эмоциональных факторах и не упоминается. Замечу, что вообще думают, что со структурой эмоций нечего считаться. Иначе говоря—механизм, а не душевное понимание. Не все,

впрочем, так поступают; некоторые психоаналитики выработали таки методы, проникающие в глубину.

Перечислим кратко ряд таких методов, упоминая попутно и об их практическом приложении к испытаниям. Надо сказать, что специалисту психоаналитику эти попытки покажутся бесконечно наивными и примитивными; в конце перечисления, я, однако, объясню настоящие задачи психотехники, и судорожные попытки эти получат оправдание. Упомяну для начала о целом ряде так называемых тестов, имеющих в виду установить нравственную и этическую физиономию испытуемого. Здесь приходится говорить не о всех подробностях, а лишь о том, что дает что-либо новое.

В первую голову—метод Ziehen'а, позволяющий устанавливать мотивы преступлений и вообще действий. По моим замечаниям, этот метод, довольно широко распространенный, в решающих случаях как раз не дает нам возможности проникнуть в мотивы действий. Мне случалось испытывать этически дефективных и просто преступников, и очень часто оказывалось, что они мыслят вполне безупречно. И дефективная личность может теоретически показать прекрасные наклонности—когда этого требуют или ожидают, но между теорией и действием зияет пропасть.

Метод Фернольда остроумнее: тут не спрашивают, что хорошо и что дурно, вообще не задают вопросов, а устанавливают ряды: незаконные действия выписываются на карточках, и требуется их уложить по тяжести их преступления, ставя себя на место судьи или начальника. Этот технический прием выдает значительно больше, особенно если не приводить в пример слишком ярких случаев, а брать их из обыденной

жизни; получаются интересные подробности из мировоззрения испытуемого. Но и эта проба не без недостатков, ей не хватает непосредственности действия.

Мне пришлось применять другой прием, названный мною тестом „приема на службу". Испытуемый должен выбрать продавщицу для магазина по фотографии и описанию. Картинки и описания так подобраны, что оценка их напрашивается сама собой. Этот способ удачнее предыдущего, так как клиент проговаривается непосредственно. Эмоции появляются немедленно, бурно вылетают мнения, воспоминания о собственных переживаниях („да, это такая же, знаю я, как и Фрида N . . . . "; „что? эта идет в магазин, а сама была в гимназии? хлеб отбивать у нас!.."; „незаконный ребенок тут не причем. Это ее частное дело"...; „Больна была венерической болезнью за пять месяцев... ну, с этой не хотела бы я работать!..." и т. д.). Чем невиннее подобраны вопросы, тем лучше результаты. Правда и здесь нет совершенства.

Можно иным путем вызвать деятельность фантазии. Здесь можно было бы назвать опыт Rorschach'a, который проверил и усовершенствовал Römer, но по собственному опыту должно сказать, что этот прием—показывание цветных клексограмм—по примеру Киркпатрика (опыт с чернильными пятнами) и др. не подходит для всякой клиентуры. Необразованные стесняются, думают, что их подымают на смех. Хотя здесь нарастающая реакция самосознания и интересна, но опыт легко обрывается: фигуры слишком похожи друг на друга, слишком схематичны. Ремер улучшил издание и я также попробовал ввести изменения. Я, во первых, изобразил фигуры в трех измерениях, т. е. сделал их те-

лесными и цветными, во вторых, изменяющимися, т.-е. в виде законченных фантастических символов. Последнее вышло удачно, так как оно вызывает быстрое, непосредственное применение, почти свободное сопоставление мысли.

Я сообщил еще в 1915 году, в моем труде о корелляции, о другом способе вызывания фантазии, именно о представлении замаранных сажей фигур в тахистоскопе.

Смешивают силуэты, имеющие смысл и бессмысленные и выставляют их на краткий срок (будто-бы для испытания глаз); всегда в этом случае попадаются люди, сильно фантазирующие по поводу бессмысленных изображений, указывающих там, где нечего указывать: девушки с лентами, внутренности и т. п. оказывались там, где ничего подобного не было. Этот прием хорош своею незаметностью, так как замечено, что многие опыты не удаются, когда клиент начинает замечать, что именно от него требуется; многие стесняются, другие начинают относиться поверхностно к делу. К этому примешивается трудность взаимного понимания, так как время общения слишком коротко. Только у истериков (раненых) появляются типические выходки: происходят припадки бешенства с переходом к действию, судороги и проч. Таковые проявления очень ценны для диагноза. В общем и целом и при нормальном материале, ассоциация мало применима при испытаниях способностей. Это прежде всего можно сказать об ассоциации, предопределенной в известных границах: часть—целое, вид—род и противоположности, которая лучше заменяется испытанием интеллигентности и ассоциацией в рамках, например, называния свободно при-

ходящих на ум слов в течение пяти минут (непрерывный метод) или называния слов с определенной начальной буквой; препятствием является здесь то, что клиент часто думает, что над ним издеваются.

В виду таких соображений и в целях добыть для психотехнических испытаний возможное углубление, я стал придумывать другие методы. Назову два: аппарат с закрывающимися дощечками и проба — работа. Опыт с аппаратом начинается с того, что пациенту говорят, что желают испытать его память; затем ведут его в отдельную комнату, в которой находится рама с 24-мя защелкивающимися дощечками на стене. На каждой дощечке имеется название. Подняв дощечку, видна картинка. Названия и картинки взяты из самых разнообразных отраслей жизни: тут техника, история, эротика, криминалистика и т. д.

Испытуемый должен хорошо запомнить название и содержание картины и для этого его оставляют на 20 минут одного в комнате. Каждая дощечка снабжена электрическим контактом, который ведет к сигналу в комнате наблюдателя.

Кроме того, в стене проделаны отверстия для наблюдателя, который, находясь у сигнала, следит за тем, какие картины рассматриваются чаще всего и охотнее всего, т. е. изучает наклонности клиента, предоставленного самому себе в течение продолжительного времени; отверстие в стене дополняет наблюдение за сигналами. Аппарат работал необыкновенно удачно. На конгрессе в Милане мне уже удалось доложить, что некоторые картинки у меня украдены, и даже удалось установить % краж. Некоторые клиенты занимались она-

низмом. Другие приходили в лирическое настроение: читали стихи, внимательно рассматривали драматические сюжеты. Третьи были непослушны — ничего не делали, ели свой хлеб. Некоторые закуривали, другие, наконец, просто напевали песню себе под нос. Заключение этого будто бы испытания памяти состоит в том, что клиенты записывают то, что они запомнили.

Здесь вновь часто видны интересные расхождения между об'ективным наблюдением и суб'ективными показаниями (притворная забывчивость, похищение картины).

Я делал также якобы дыхательные опыты с надетым пневмографом; клиента оставляли одного с альбомом картин; наблюдение производилось через отверстие из соседней комнаты и при переворачивании страниц делалась отметка на поверхности кимографа с тем, чтобы впоследствии установить симптомы кривой дыхания. Тут бывало — особенно у женщин — что дело доходило до сна на яву. Совершенно иначе поступают при пробе — работе; способ производства этого опыта мною уже описан в другом месте. Кратко говоря, клиенту предлагается работа и попутно производятся наблюдения над ним, как при коллективной и одиночной его работе, так и количественный анализ его способности к делу. Эмоции, как, например, бешенство, честолюбие, хитрость, предупредительность, самостоятельность, обескураженность и многое другое сейчас же проявляются при этом опыте и дают гораздо больше результатов, чем испытания интеллигентности или чисто психологические исследования. В заключение следует упомянуть, что я пользовался и графологическим диагнозом по методу Klages'а.

Недавно я изобрел еще два теста в качестве под собных средств для углубления психологии, именно — тест „парадоксов" и „вживание в позу".

Первый тест заключается в том, что испытуемый должен по возможности ярко в письменной форме сделать вывод из парадоксального задания. Если парадокс удачен, то ход мыслей клиента может быть очень интересен. Пробы, сделанные над 12 и 14 летними учениками, давали хорошие результаты. Например: „что было бы, еслиб вдруг везде, вместо воды, оказался мармелад?" Тут видно, о чем испытуемый подумает в первую минуту, т. е. наблюдалась степень готовности к сознательному мышлению, пробуждение к определенной содержательности. Такие индивидуальные особенности имеют, конечно, симптоматическую ценность.

Или такой парадокс: „в один прекрасный день все женщины стали ростом в 4 метра, все мужчины в 5 сантиметров". Тут у детей и у взрослых получаются захватывающие выводы.

Женский пол подумает о том, что хорошо бы затоптать на смерть маленьких мужчин, забрать власть в стране и т. п. Высказываются соображения, что при 5 сантиметровом росте мужчин—бороды не видать!?

В обратном случае (мужчины 3 метровые, женщины 50 сантиметров) просыпается тирания у мужчин.

„Вживание в позу" состоит в том, что испытуемого заставляют принимать различные позы. Таковые показываются на картине (лучше всего посредством волшебного фонаря, или еще лучше фильмою). Испытуемому позволено выбрать позу. Тут выясняется отношение личности к тому или иному типу. Один склонен к героическому, другой к меланхолическому.

Мысль об этом возникла из тех наблюдений, котрые я делал над областью физической культуры, откуда и появилась моя книга „Телесная душа".

При обзоре всего сказанного, следует признать, что психотехника постаралась углубить свои методы; больше она пока сделать не может; она еще не может следовать всецело за полетом психоанализа, да и сроки опытов столь кратковременны, что классическая форма анализа неприложима. Иногда психолог располагает большим временем — от четырех недель до полугода — это, когда наблюдение распространяется на время школьного обучения. Тут имеются два интересных момента: первый—это время полового созревания, затрудняющее и изменяющее выводы; это типичная и психоаналитическая задача; по моим наблюдениям весьма часто наиболее одаренные не выдерживают испытания.

Второй вопрос менее бросается в глаза; это поверка инструкторов, поскольку они на своих местах. Из моей столичной практики мне известно, что определенные инструкторские места при наличии определенного типа учеников представляют опасность, так как имеются мастера и заведывающие с сомнительной психикой. Один немецкий крупный город командировал даже ревизора для выяснения вопроса гомосексуальности у мастеров, узнав, что подобные происшествия возможны и бывают. Диагноз в таком случае достигается об'ективною поверкою инструкторского состава. Ясно, что эта поверка должна вестись аналитическим путем, а отнюдь не экспериментальным.

Кончая изложение, постараемся охватить задачи, подлежащие психоанализу, в виду того, что нормальная психотехника до этого еще не доросла. Материалом

здесь являются три категории профессионалов: патологические, угрожаемые и надломленные (Anbrüchige). К патологическим причисляются слабоумные всех степеней и дефективные. К угрожаемым относится большинство подлежащих призрению юношества и те, домашние обстоятельства коих этого заслуживают. К надломленным принадлежат пострадавшие на войне, невротики после несчастного случая, истерики и все, имеющие огнестрельные раны в голову.

Согласно моим многолетним исследованиям, здесь на первом месте стоят эпилептики и имеющие повреждения лобного мозга, так как тут наблюдается усиление сладострастных тенденций.

Большинство поврежденных в лоб имеют семейные столкновения. Возможно, что особенно одаренные личности также нуждаются в испытании психоанализом. Предварительно следует, однако, стремиться к анализу нормальных людей, так как граница между так называемой нормой, т. е. ровным действием непотревоженного подсознания, и ее отклонениями, еще неизвестна.

В этом направлении следовало бы применить своего рода метод исключений и анализ телеологической психики. В этом случае, в согласии с Putnam'ом, я указал бы на необходимость пользоваться данными философии — в области, подчеркиваю, хозяйственно-научных вопросов — несмотря на то, что многие ученые круги относятся отрицательно к подобным моим взглядам. Далее весьма важно, чтобы обучение будущих психоаналитиков протекало по правильному пути. Это обучение необходимо, в видах устранения из науки дилеттантизма, страсти к опытам. Этот путь, конечно, труднее, тут требуется соответствующее сужение горизон-

тов, так как каждое суждение о способности стоит под особым углом понимания.

Так, принцип применения терапии при отборе отпадает, — психоаналитик должен препроводить клиента к терапевту на излечение. Просвещение и строжайшая методика в этом деле нужны для того, чтобы психоаналитики не разбрасывались. Наконец, нужны новые методы для скорейшего установления диагноза и прогноза; при этом вновь подчеркиваю, что терапия не принадлежит к области испытания годности к делу.

Практика психотехники заставляет задуматься: сроки испытания слишком коротки—до такой степени, что приходится отказываться даже от обыкновенных опытов ассоциирования, достигая кое—чего лишь трюками,— более трех раз с человеком не удается встретиться. Испытания годности дороги, обесцениваются тем, что не охватывают массы,—практический отбор требует массовых испытаний.

Не считая, впрочем, массовой клиентуры, следует сказать, что вообще кратковременность не вяжется с терапией. Интересно то, что этот вопрос уже поднят терапевтами, как мне пришлось видеть в докладах Берлинской психоаналитической поликлиники. Время лечения редко долго продолжается, многие перестают являться.

Поэтому скорый диагноз, достигаемый психоанализом, не только экономически важен, но послужит к пользе самого дела. Таким образом, возникает новая задача—изобрести метод для быстрого диагноза и классифицировать полученные результаты. В этом случае углубление в психику личности ограничивалось бы лишь существенными чертами и не касалось бы наслоений,

не нужных здоровой практике. Пока эта задача не будет решена, психотехнике придется довольствоваться поверхностными приемами, не дозволяющими достичь надежных результатов. Учение о симптомах приводит к психоаналитической характерологии.

Мы с нетерпением ожидаем появления на свет этой науки о характерах. Наличный уже богатый опыт аналитики делает возможной систематизацию подобного „учения о человеке". Одним словом, должно быть сделано обобщение отдельных случаев, и центр тяжести должен лежать не в беллетристическом описании интересных особенностей, а в трезвом синтезе научно разработанных типов населения.

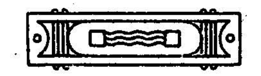
Из этого проистекут и получат обработку дальнейшие научные исследования, как то: о постоянстве типовых особенностей в индивиде и об отношении возраста к оформлению типа.

Надо надеяться, что вопросы психотехники поставлены не напрасно и побудят к дальнейшим исследованиям в области психоанализа.

Литература:

Hermann, Intelligenz und tiefer Gedanke. Internat, Zeitschr, f. Psychoanal., Bd. 6, 1920. — Grüninger, Psychotechnik und Psychoanalyse. Ebendort. — Ernst Scheider, Psychotechnik und Psychoanalyse. „Schulreform" (Berner Seminarblätter) 1921. — Römar, Über die Anwendung des psychodiagnostischen Verfahrens nach Rorschach auf Fragen der Berufsberastung. Kongressbericht ü. den 7. Kongress für experiment. Psychol. Jena 1925. — Desgleichen auf dem. 8. Kongress für Psychologie. Leipzig 1923 und in „Prakt. Psychol." 1923. — Baumharten, Die psychoanalytische Bewegung. „Praktische Psychologie" 1920. — Friedländer, Eignes und Fremdes zu der Freudschen Psychoanalyse. Zeitschr. f. angew. Psychol., Bd. 22, 1923. — Giese, Medizinische Psychologie in „Psychotechnische Rundschau", Cöthen 1922. — Eitingon, Bericht über die Berliner Psychoanalytische Poliklinik. Zeitschr. f. Psychoanalyse, Bd. 8, 1922. — Geise, Berufspsyhologische Beobachtungen im Reichstelegraphendienst. Leipzip. 1923. — Thalberg ,Zur Berufswahl. — Kramer, Kindliche Phantasien über Berufswahl. — Maday, Psychologie der Berufswahl. — Adler, Ein

Beitrag zur Psychologie der ärztlichen Berufswahl: sämtlich in Adler-Furtmüller, „Heilen und Bilden", München 1914. — Stekel, Berufswahl und Kriminalität, Archiv für Kriminalanthropologie, Band 41, 1911, — Циген, Принципы и методы определения степени умственного развития. Москва. — Stern-Wiegmann, Methodensammlung zur Intelligenzprüfung. Leipzig 1922. — Fernald: siehe Jacobsohn-Lask, Über die Fernaldsche Methode. Leipzig 1920. — Giese, Psychotechnische Eignungsprüfungen an Erwachenen. Langensalza 1921. — Rorschach, Psychodiagnostik. Bern 1921. — Ср. Мейман. Лекции по экспериментальной педагогике II т. — Giese, Korrelationen psychischer Funktionen. Zeitschr. f. angew. Psychologie, Bd. 10, 1915. — Giese, Über erotische Inklination. Kongressbericht ü. d. 3. Kongress für Psychotechnik, Milano 1922. — Giese, Die Arbeitsprobe in der Psychognostik. Zeitschr. f. angew. Psychologie. 1924. — Giese, Handschriftendiagnose in „Deutsche Psychologie", Bd. III, 1921. - Klages, Handlchrift und Charakter. Leipzig 1917. — Putnam, Allgemeine Gesichtspunkte zur psychoanalytischen Bewegung. Internat. Zeitschr. f. Psychoanalyse, Bd. 4, 1918. — Jones, Nachruf auf Professor Putnam. Ebendort, Bd. 5, 1919. — Giese, Körperseele. München 1924 (Delphinverlag), und Giese, Ausdruckshand und Arbeitshand. Zeitschr. „Arbeitsschule" 1924. См. лит. стр. 28.



Издательство „СОВРЕМЕННИК“

ставит своей задачей издание книг, относящихся к следующим областям знаний:

1) Техника языка и искусства;

2) Психотехника, психотерапия и евгеника.

В печати и подготовлены к печати:

I.

«Русская Речь». Сборники статей по русскому языку и стилистике. Редакция *Л. В. Щербы*. Л. 1926 г. 2 книги в год приблизительно по 160 стр. (Подготовлена к печати).

Сборники эти вызваны к жизни тем интересом к вопросам языка, который пробудился в широких кругах русского общества за последнее время. Источников этого интереса следует искать в трех направлениях. Прежде всего, на наших глазах происходит ломка в преподавании грамматики, как учебного предмета. Естественно поэтому для всех причастных к делу преподавания лиц познакомиться ближе с тем, что такое язык в понимании современной науки, каковы вопросы, возникающие при его изучении и т. п. Далее, среди лиц, занимающихся литературою, пробудился интерес в форме (формальный метод). При ближайшем рассмотрении, большинство вопросов формы оказалось однако чисто лингвистическими вопросами, и стало ясно, что заниматься с успехом вопросами литературы возможно только для тех, кто разбирается в вопросах языка. Наконец, поскольку язык есть явление социальное и отражает все переживаемое обществом, вопросы языка стали в порядке дня наряду с прочими отраслями социальной жизни. Язык войны и революции—вот тема целого ряда исследований. Как говорить? Как писать? Где искать образцов?—вот практические злободневные вопросы. Научными, но популярно написанными статьями „Русская Речь“ хочет ответить на все эти и им подобные вопросы. Содержание ближайшего выпуска: *Л. В. Щерба*. О частях речи. (Полный пересмотр с новым подходом наболевшего вопроса).—*Б. А. Ларин*. Язык лирики. (Некоторые вопросы поэтики в лингвистическом понимании с захватом разнообразного материала).—*С. П. Обнорский* и *В. В. Виноградов*.

Две статьи о церковно-славянской стихии в русском литературном языке. (Пересмотр традиционных взглядов в этом вопросе, которые, оказалось, нуждаются в ревизии и изменении основных точек зрения).—*С. А. Алексеев-Аскольдов.* Концепт и слово. (Язык, как орудие мышления).—*С. И. Бернштейн.* Стих и декламация. (Вопросы написанного и речевого, звучащего слова, с наблюдениями над декламацией поэтов).—*В. И. Чернышев.* Терминология картежников. (Любопытный этюд, который показывает всю сложность путей, которыми распространяются в человеческом обществе понятия и выражающие их слова).

С. К. Боянус. Постановка английского произношения. Вып. 1. Английская фонетика для русских. Л. 1926 г. (22 × 15) 88 стр., 28 рис. Ц. 1 р.

Необходимое руководство для всех изучающих английский язык и желающих усвоить английское произношение. Сравнение английских звуков с русскими дает возможность каждому русскому самостоятельно, без учителя, осознать и овладеть английским произношением. Простое и ясное изложение доступно всякому. Эта книга, научно излагающая сравнительные фонетические принципы английского и русского произношения, является необходимой и для преподавателей английского языка. В руководстве принят интернациональный фонетический алфавит для обозначения произношения к а ж д о г о данного в книге английского слова параллельно с орфографическим его написанием и русским значением.

С. К. Боянус. Постановка английского произношения. Вып. 2. Фонетические чтения с орфографическими текстами и словарем. Л. 1926 г. Около 112 стр. (Печатается).

„Фонетические Чтения“ предназначены для упражнения в английской речи и состоят из следующих отделов: I. Звуки английской речи. II. Проза и диалог. III. Поэзия. Тексы и словарь даны параллельно в орфографической и фонетической транскрипциях. Тексты выбраны из лучших по языку английских литературных произведений.

Л. В. Щерба. Французское произношение сравнительно с русским. Упражнения и фонетические тексты. Л. 1926 г. Около 112 стр. (Готовится к печати).

Вопросам французской фонетики посвящено не мало книг на всевозможных языках: французском, немецком, английском, чешском, датском, шведском и др.; на русском же языке до сих пор ничего не имеется. Можно было бы думать, что лица, желающие получить французскую фонетику, должны и обращаться к французским книгам. Однако это не так: французские книги составлены или для французов или для иностранцев вообще, между тем здесь надо всегда отправляться от фактов родного языка. К этому руководству приложен небольшой курс граммофонии, отрасли прикладиой фонетики, в России мало известной.

Л. В. Щерба. Немецкое произношение сравнительно с русским. Упражнения и фонетические тексты. Л. 1926 г. Около 112 стр. (Готовится к печати).

Казалось бы, что благодаря наличию значительного числа немецких интеллигентов в нашей среде, культура немецкого произношения не нуждается ни в каких специальных руководствах. Однако как раз это обстоятельство и вызывает настоятельную в нем надобность. Все „наши немцы" говорят с известной диалектической окраской, и русская публика должна узнать, как же говорят в Германии, или, вернее, что считают „правильным произношением" в Германии. Кроме того, немецкое произношение при всей своей кажущейся простоте имеет целый ряд серьезных подводных камней для русских. Предостеречь от них и научить грамотной немецкой речи и является целью настоящего руководства. Так как одним из таких подводных камней является фразовая интонация, то прилагаемый к руководству краткий курс граммофонии должен быть очень полезен.

О. В. Никонова. Фонетический курс немецкого языка. Редакция *Л. В. Щербы.* Л. 1926 г. Около 160 стр. (Готовится к печати).

Курс имеет в виду не детей, а подростков и взрослых, обучающихся немецкому языку на курсах всякого рода, в техникумах, вуз'ах и т. п., а равно лиц, обучающихся немецкому языку самостоятельно. Впервые в России в нем последовательно проведен фонетический метод: даны объяснения звуков немецкого языка сравнительно с русскими и все тексты в интернациональной фонетической транскрипции и в обычной немецкой орфографии. Объяснения—популярные и основаны на современных научных достижениях в области фонетики. Тексты приспособлены для постепенного расширения запаса слов и снабжены грамматическими примечаниями, обеспечивающими индуктивное прохождение грамматического материала. Тщательно разделены, чего никогда не делалось, грамматические и словарные элементы языка. Приложен краткий грамматический справочник с упрощениями, основанными на современном состоянии науки о языке. Словарь составлен с таким расчетом, чтобы содействовать образованию всех существующих в языке ассоциаций каждого слова, и в него взяты все формы, могущие вызвать затруднение. Содержание текстов определяется следующим оглавлением уроков: 1. Книга. 2. Числа. 3. Письменный стол. 4. Комната. 5. Часы. 6. Год. 7. Человек. 8. Семья. 9. Одежда и еда. 10. Жилище. 11. Улица. 12. Город. 13. Экскурсия (дневник ученика). 14. Почта и телеграф. 15. Письмо (ученика к матери). 16. Искусство (дневник ученика). 17. Природа и климат Германии. 18. Население и политико-экономический строй Германии.

II.

Ф. Гизе. Психоанализ в хозяйстве и профессиональном отборе. Перевод с немецкого *А. А. Горяинова*. Предисловие и редакция *И. В. Эвергетова*. Л. 1926 г. Около 64 стр. (Печатается).

Автор подводит читателя к разрешению очень интересных вопросов современной организации хозяйства, именно: 1) насколько положения психологии хозяйства находят свое объяснение при посредстве психоанализа, 2) в какой мере психоанализ может содействовать изучению профессиональных способностей. Особенный интерес приобретает книга в виду огромного значения вопроса о профотборе.

Ф. Гизе. Психотехнический практикум. Перевод с немецкого *А. С. Гринвальда*. Редакция *И. В. Эвергетова*. Л. 1926 г. Около 224 стр., 50 рис. (Печатается).

Эта книга служит руководством при организации практических работ по психотехнике на образовательных курсах, в кружках и т. д., и дает необходимые знания по профотбору.

Р. Паули. Психологический практикум. Перевод с немецкого *Ф. Ф. Нандельштедта*. Редакция *И. В. Эвергетова*. Л. 1926 г. Около 272 стр, 100 рис. (Подготовлена к печати).

В каждой естественно-научной дисциплине практические работы образуют важнейшую часть изучения предмета. Психология создала нечто подобное в виде „Вводного курса в экспериментальную психологию". Книга *Р. Паули* дает прекрасно подобранный цикл практических занятий по психологии.

А. С. Грибоедов. Детская психопатология и лечебная педагогика. Руководство для врачей и педагогов. I часть. Этиология и общая психопатология. Л. 1926 г. Около 200 стр. (Готовится к печати).

Содержание: Основные проблемы физического и психического развития ребенка от зачатия до зрелости. Задержка и уклонения в нормальном развитии вследствие наследственного отягощения, неправильности эмоциональных условий, неблагополучных родов, болезней детства, влияния условий окружающей жизни. Аномалии конституции и обмена веществ. Внутренняя секреция и вегетативная нервная система. Значение питания, отравления, утомления, переутомления. Значение психических переживаний, внушения и воспитания. Психоанализ. Беспризорность и др. социальные факторы. Общая патология интеллекта, характера, социальных чувствований и других симптомов нервно-психического расстройства личности ребенка. Расстройство движений, речи и рисунка. Половая область, ее развитие и уклонения.

А. С. Грибоедов. Детская психопатология и лечебная педагогика. Руководство для врачей и педагогов. II часть. Частная психопатология и лечебная педагогика. Л. 1926 г. Около 200 стр. (Готовится к печати).

Содержание: Разные формы умственной отсталости детей, их обучение и воспитание. Разные формы нервных детских заболеваний, их профилактика, лечение и воспитание. Разные формы детских психопатий и психических заболеваний. Разные формы детской трудновоспитуемости и правонарушений, их профилактика, лечение и воспитание.

А. С. Грибоедов. Популярные брошюры, каждая около 48 страниц, написанные под редакцией *А. С. Грибоедова* научными сотрудниками Детского Обследовательного Института при Государственной Психоневрологической Академии, имеют своею задачею восполнить крайний недостаток специальной литературы по разбираемым вопросам, к тому же расбросанной в разных книгах и журналах. Все работы основаны на фактическом детском материале, прошедшем через Институт за восемь лет его деятельности, и предлагаемые выводы и методы проверены на практике. В брошюрах находят свое отражение все современные взгляды педологии и дефектологии в их динамичности. (Готовятся к печати).

1. Исследование физического состояния и развития детей.
2. Исследование умственного развития и одаренности детей.
3. Исследование эмоционально-волевой сферы у детей.
4. Исследование поведения детей.
5. Психоанализ в исследовании детей.
6. Биогенетический анамнез у детей.
7. Исследование социальной среды, окружающей детей, и ее влияния.
8. Исследование профессиональной ориентации и одаренности детей.
9. Умственно-отсталые дети.
10. Нервно-больные дети.
11. Психически-больные дети.
12. Беспризорные дети.
13. Трудновоспитуемые дети.
14. Дети правонарушители.
15. Дефективность в дошкольном возрасте.
16. Сексуальность в детском возрасте.
17. Утомляемость в детском возрасте.
18. Гигиена и лечение дефективных детей.
